



Marta Woźniak^{*}, Bernard Maj^{}**

Stan podaży szkoleń antykryzysowych w latach 2009–2010

Wprowadzenie

Kryzys gospodarczy, zapoczątkowany zapaścią na amerykańskim rynku kredytów hipotecznych w drugiej połowie 2007 r., w krótkim czasie osiągnął skalę globalną. Jego skutki stosunkowo szybko odcisnęły piętno na różnych gałęziach przemysłu. Pierwszą reakcją zarówno na sam kryzys, jak i wywołaną przez niego panikę była drastyczna redukcja wydatków. Najważniejszym celem przedsiębiorstw stało się przetrwanie trudnego okresu. Niepewność jutra spowodowała, że redukcja wydatków w głównej mierze dotknęła nakładów na rozwój firmy, a w tym w szczególności na zewnętrzne szkolenia pracowników¹. Naturalną reakcją firm prowadzących szkolenia było dostosowanie oferowanych kursów i szkoleń do zaistniałej sytuacji. Pojawił się szereg ofert kursów „antykryzysowych”, podających recepty na wyjście z kryzysu, przetrwanie w czasie kryzysu gospodarczego, a także sposobów wykorzystania kryzysu do wzmocnienia firmy.

W 2009 r. zostały przeprowadzone badania dotyczące ofert szkoleniowych w zakresie szkoleń „antykryzysowych”. Stały się one próbą odpowiedzi na pytanie: „Czy kursy te rzeczywiście tworzone są, aby pomagać wychodzić firmom z kryzysu, czy też antykryzysowe są tylko z nazwy, a powstały jedynie jako marketingowa odpowiedź na kryzys w sektorze szkoleniowym”. Okazało się wówczas, że na rynku polskim, zgodnie z uzyskanymi danymi, ponad dwie trzecie kursów przedstawiających się jako szkolenia antykryzysowe rzeczywiście próbuje przekazać wiedzę dotyczącą kryzysu i jak mu przeciwdziałać. W 2010 r. badania te zostały powtórzone, co pozwoliło na ocenę

^{*} Dr inż., Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, kierownik Centrum E-Learningu, Studium Informatyki.

^{**} Dr, Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej, Studium Informatyki.

¹ K. Klimek-Michno, „Oszczędzają na szkoleniach”, <http://www.dziennik.krakow.pl/pl/aktualnosci/gospodarka/1019630-oszczedzaja-na-szkoleniach.html> (dostęp: 10.06.2010).

zmian rynku szkoleń w zakresie ofert szkoleń „antykryzysowych”. W niniejszym tekście analizie zostanie poddany stan podaży ofert szkoleń antykryzysowych na tle sytuacji z roku 2009. Jednocześnie podjęta zostanie próba określenia kierunków tematycznych, w których stronę ewoluowały szkolenia na przestrzeni ostatniego roku.

Material badawczy i metodologia badań

Najpopularniejszym i jednocześnie najefektywniejszym medium, za pomocą którego oferty szkoleniowe trafiają do odbiorców, jest internet. Biorąc pod uwagę rzetelność i wiarygodność uzyskanych wyników, autorzy utworzyli listę szkoleń antykryzysowych (posiadających słowo kryzys w nazwie lub jako słowo kluczowe) spośród szkoleń zgromadzonych na trzech portalach wyspecjalizowanych w zbieraniu i grupowaniu rozmaitych kursów i szkoleń, tj.:

- www.szkolenia.com.pl;
- szkolenia.nf.pl;
- edustacja.pl/pl/szkolenia.

Są to jednocześnie portale, w których zbierano dane w roku 2009, zatem możliwa będzie obiektywna ocena zmian, jakie miały miejsce w zakresie m.in. tematyki szkoleń.

Na portalach tych odnaleziono w chwili aktualizacji artykułu² 115 różnych szkoleń posiadających w nazwie słowo kryzys lub było to słowo kluczowe dla danego szkolenia (część szkoleń powtarzała się na dwu lub trzech portalach).

Na kolejne etapy badań składa się:

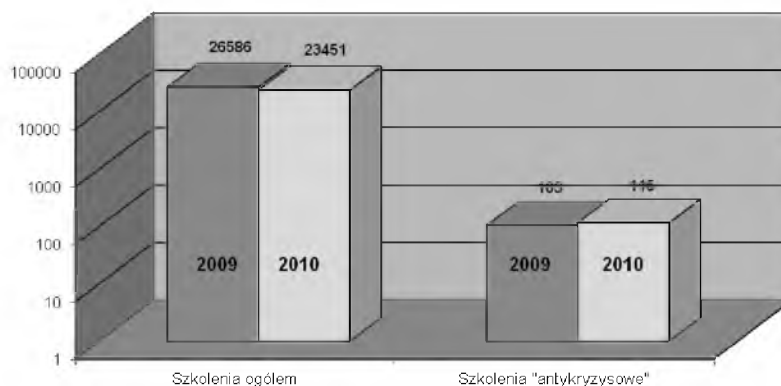
- wyszukanie ofert szkoleń, które w nazwie posiadały słowo kryzys lub dla danego szkolenia było to słowo kluczowe,
- selekcja szkoleń pod kątem tematyki kursu i jednocześnie określenie, czy jest to istotnie kurs o charakterze „antykryzysowym”,
- analiza wyselekcjonowanych w poprzednim etapie kursów w zakresie poruszanych zagadnień,
- porównawcza analiza wyników badań uzyskanych w roku 2009 i 2010.

Analiza szkoleń

Biorąc pod uwagę łączną liczbę szkoleń oferowanych na trzech wymienionych wcześniej portalach, można stwierdzić, że w roku 2010 szkolenia antykryzysowe stanowią 0,49% wszystkich oferowanych kursów. W porównaniu z rokiem poprzednim, gdzie odsetek ten wynosił 0,39%, widoczny jest znaczny wzrost. Ponadto porównując dane umieszczone na wykresie z rysunku 1, można zauważyć, że mimo ogólnego spadku liczby oferowanych szkoleń na badanych portalach, liczba szkoleń antykryzysowych w porównaniu z rokiem 2009 wzrosła. Z uwagi na znaczne różnice w wielkości liczb określających szkolenia ogółem oraz szkolenia antykryzysowe, dla lepszego zobrazowania danych, wykres z rysunku 1 pokazany jest w skali logarytmicznej.

² 10.06.2010 r.

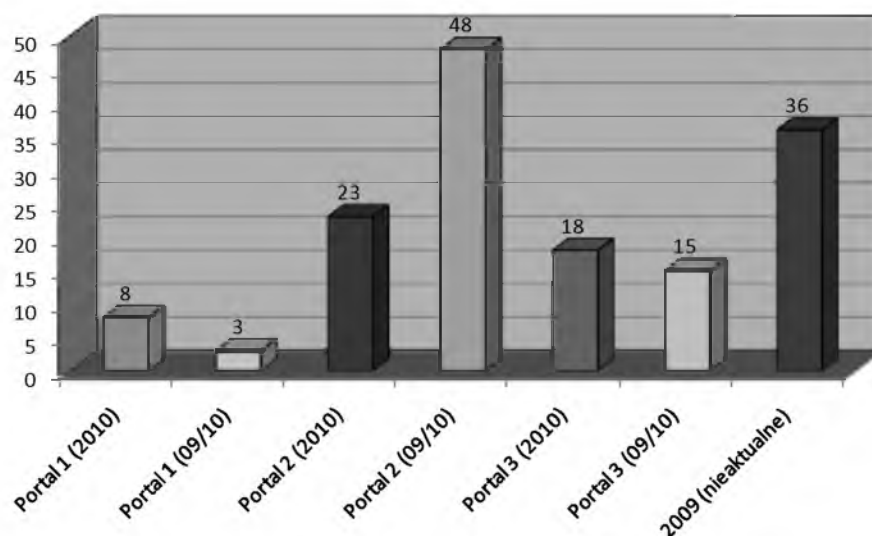
Stan podaży szkoleń antykrzysowych w latach 2009–2010



Rysunek 1. Udział szkoleń „antykrzysowych” w ogólnej liczbie szkoleń oferowanych przez badane portale

Źródło: opracowanie własne.

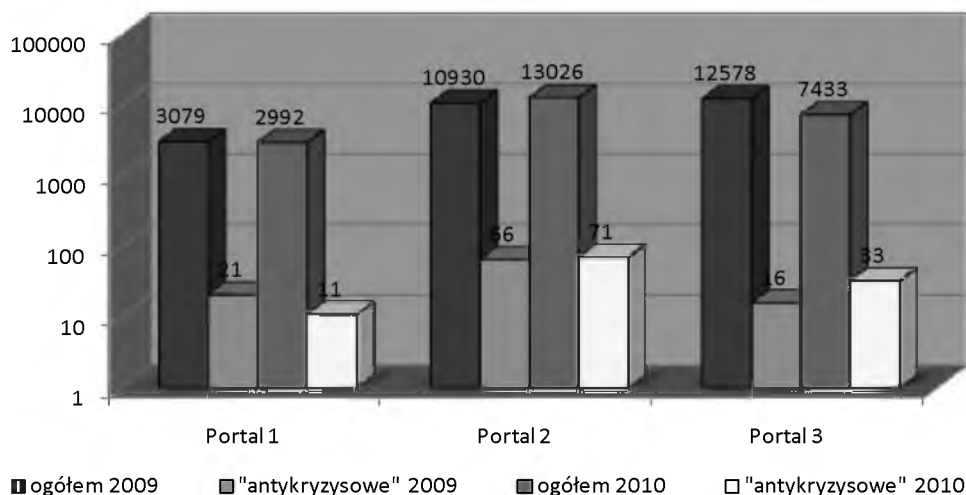
Zgromadzone dane pozwoliły również określić liczbę nowych szkoleń, jakie pojawiły się w trzech portalach, jak również liczbę ofert szkoleń, które się zakończyły lub zostały wycofane. Wykres z rysunku 2 przedstawia liczbę szkoleń i kursów oferowanych przez portale z podziałem na te, które były oferowane w 2009 r. i nadal są aktualne oraz nowe, które nie były oferowane w 2009 r. Ostatni słupek wykresu przedstawia ogólną liczbę nieaktualnych w 2010 r. kursów prowadzonych w roku 2009, na podstawie danych zebranych z trzech portali. Jak widać, łączna liczba nowych ofert szkoleniowych, jest wyższa od liczby szkoleń nieaktualnych.



Rysunek 2. Liczba szkoleń „antykrzysowych” oferowanych przez portale, z podziałem na szkolenia oferowane w 2009 i nadal aktualne, nowe i nieaktualne

Źródło: opracowanie własne.

Dane z poszczególnych portali z uwzględnieniem porównania w stosunku do ogólnej liczby oferowanych kursów w ramach każdego z portali przedstawiono na wykresie z rysunku 3. Biorąc pod uwagę przedstawiony wykres, można stwierdzić, że istotnie, pomimo spadku ogólnej liczby szkoleń – portal 1 i 3, widoczny jest wzrost szkoleń antykrzysowych – portal 2 i 3. W celu lepszego zobrazowania danych, wykres został przygotowany w skali logarytmicznej.

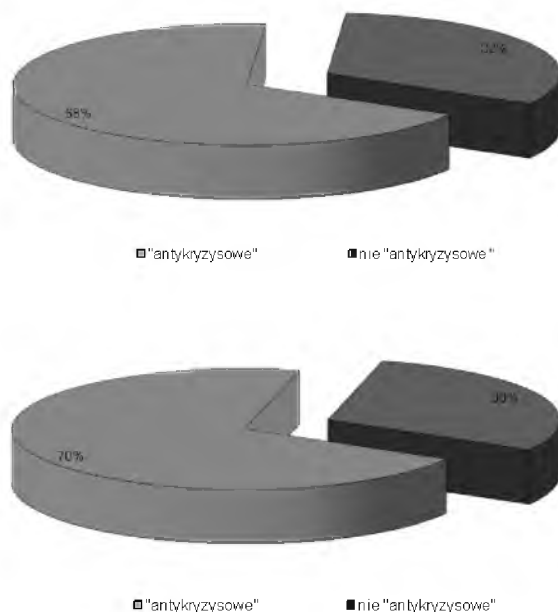


Rysunek 3. Udział szkoleń antykrzysowych w ogólnej liczbie szkoleń oferowanych przez poszczególne portale.

Źródło: opracowanie własne.

Następnie szkolenia i kursy „antykrzysowe” poddane zostały weryfikacji pod kątem tematyki zawartej w programach szkoleń. Pozwoliło to określić, które kursy istotnie mają charakter antykrzysowy i zostały przygotowane specjalnie z myślą o wspieraniu firm i pracowników w dobie kryzysu. W wyniku takiej selekcji możliwe jest określenie, jaką część spośród zebranych ofert szkoleniowych stanowią szkolenia, które poprzez dodanie w nazwie lub poprzez poszerzenie słów kluczowych o wyraz „kryzys”, z dotychczasowych szkoleń stały się antykrzysowe. Wykresy z rysunku 4 stanowiące porównanie procentowe stosunku szkoleń „antykrzysowych” do antykrzysowych jedynie z nazwy pokazują sytuację z roku 2009 (rysunek górny) oraz 2010 (rysunek dolny). Jak można zaobserwować, widoczny jest wzrost liczby szkoleń antykrzysowych, co może sugerować zwiększenie liczby szkoleń dostosowanych do zapotrzebowania przedsiębiorstw i ich pracowników.

Stan podaży szkoleń antykryzysowych w latach 2009–2010



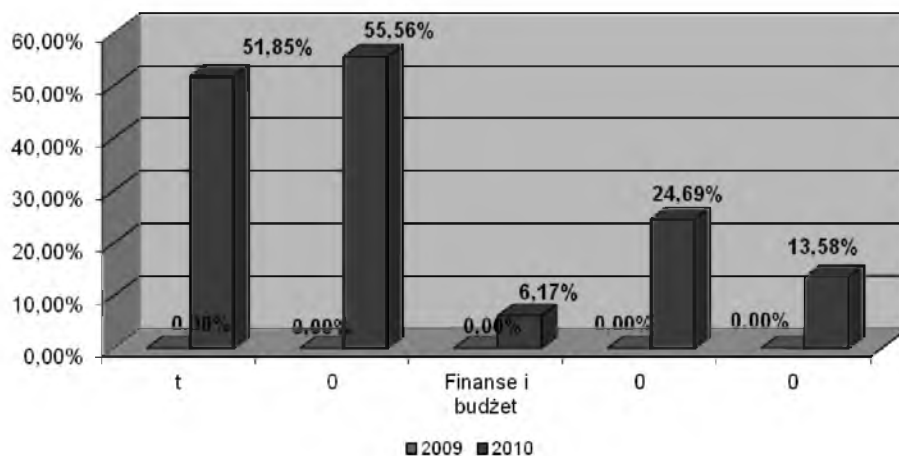
Rysunek 4. Procentowy rozkład szkoleń „antykrizysowych” z uwagi na program szkolenia w roku 2009 – wykres górny, 2010 – wykres dolny

Źródło: opracowanie własne.

Szkolenia antykryzysowe poddane zostały analizie pod kątem ich tematyki. W toku prowadzonych badań wyłoniono pięć najczęściej powtarzających się haseł. Na wykresie pokazano procentowy udział szkoleń poruszających dane zagadnienie w stosunku do ogólnej liczby szkoleń. Niektóre szkolenia i kursy poruszały zagadnienia z więcej niż jednej kategorii. Z uwagi na to łączna liczba powstała po zsumowaniu wartości procentowych dla każdego roku jest wyższa niż 100%. Wykres pokazany na rysunku 5, obrazujący dane uzyskane w 2009 i 2010 r., pozwala określić, w jaki sposób ewoluowała tematyka kursów na przestrzeni ostatniego roku. Zauważyć można, że podobnie jak w poprzednim roku, duża liczba szkoleń porusza tematykę związaną z komunikowaniem się. Do tej grupy należą zarówno kursy i szkolenia dotyczące komunikacji z mediami szczególnie w zakresie pozytywnego wpływu na wizerunek firmy, jak również komunikacji wewnątrz przedsiębiorstwa ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji w sytuacji napięcia i stresu wywołanego np. koniecznością wprowadzania zmian, zwolnień. Znaczny wzrost widoczny jest w tematyce związanej z zarządzaniem. Wiąże się to z zapotrzebowaniem na sprawnych menedżerów, liderów umiejących efektywnie zarządzać przedsiębiorstwem³. Liczba szkoleń nawiązujących do tematyki finansów i budżetu w 2010 r. utrzymuje się na podobnym poziomie co w roku 2009. Prawie dwukrotny wzrost widoczny jest w przypadku szkoleń

³ G. Jabłońska, „Kto szkoli, ten wygrywa” – szkolenia w czasach kryzysu, http://gazetapraca.pl/gazetapraca/1,90442,6828994_Kto_szkoli_ten_wygrywa_szkolenia_w_czasach_kryzysu.html (dostęp: 10.06.2010).

związanych z technikami sprzedaży. W przypadku kryzysu, gdy przedsiębiorstwa wprowadzają oszczędności, sprzedaż wielu produktów spada. Skuteczne dotarcie z ofertą do klienta staje się jedynym rozwiązaniem, pozwalającym na przetrwanie trudnych dla sprzedawców czasów. Ponadto inwestycja w szkolenia w dobie kryzysu może zapocentrować dobrymi wynikami sprzedaży również w czasach dobrobytu. Z uwagi na wprowadzenie Ustawy o łagodzeniu skutków kryzysu gospodarczego⁴ zwanej ustawą antykryzysową i zmian w kodeksie pracy, wzrosło zapotrzebowanie na kursy z zakresu prawa pracy. Widoczny jest w związku z tym prawie czterokrotny wzrost podaży szkoleń z tego zakresu.



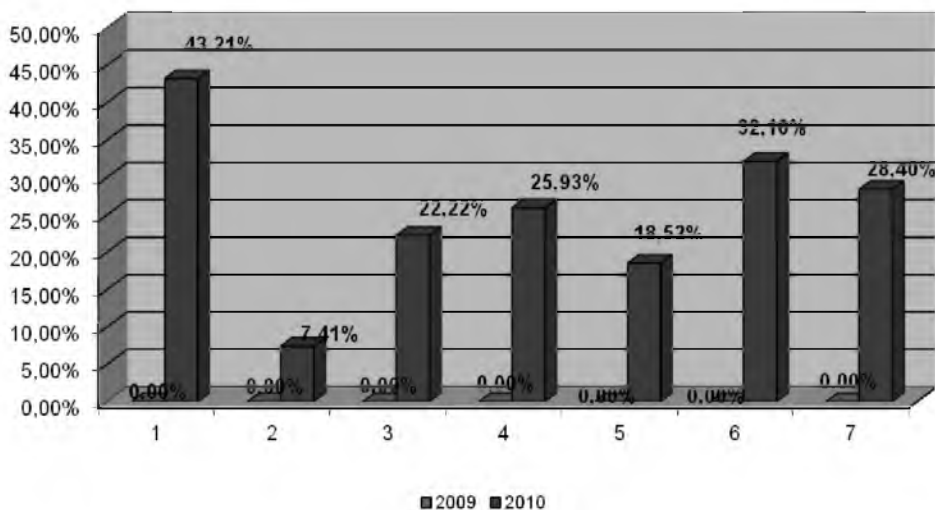
Rysunek 5. Podział kursów antykryzysowych z uwagi na poruszany obszar zagadnień

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki badań zostały poddane dalszej analizie, tym razem z uwagi na zagadnienia sklasyfikowane w siedmiu grupach. Pierwsza grupa to treści mówiące o tym, czym jest kryzys i jak zidentyfikować ryzyko jego wystąpienia. Druga grupa dotyczy treści podających receptę na to, jak poradzić sobie z kryzysem już istniejącym w organizacji. Trzecia grupa zawiera treści mówiące o tym, jak diagnozować sytuację kryzysową np. w przedsiębiorstwie. Kolejna, czwarta grupa to treści związane z koniecznością wprowadzania zmian, podające, w jaki sposób przygotowywać i sprawnie wdrażać zmiany. Do piątej grupy zaliczone są treści związane ze sprawnym i efektywnym zarządzaniem jako szansą na skuteczne wychodzenie z kryzysu. Przedostatnia, szósta grupa zawiera treści związane z komunikowaniem się – zarówno komunikacją z mediami, jak i komunikacją wewnątrz organizacji w czasie kryzysu. Z kolei ostatnia grupa dotyczy zagadnień polityki kadrowej, związanej ze zwalnianiem i motywowaniem pracowników, a także ze zmianami w kodeksie pracy.

⁴ R. Adam, „Ustawa antykryzysowa weszła w życie”, <http://www.firma.egospodarka.pl/43810,Ustawa-antykryzysowa-weszla-w-zycie,1,11,1.html> (dostęp: 10.06.2010).

Stan podaży szkoleń anty kryzysowych w latach 2009–2010



Rysunek 6. Podział kursów „anty kryzysowych” ze względu na treści umieszczone w programie szkolenia

Źródło: opracowanie własne.

Na podstawie danych umieszczonych na rysunku 6 można zauważyć nieznaczne zmiany w zakresie liczby kursów mówiących o tym, czym jest kryzys i jak rozpoznać jego początki we własnej firmie. Znaczny spadek odnotowano w zakresie tematyki związanej z diagnozowaniem sytuacji kryzysowej (choć w dalszym ciągu jest dużo szkoleń o tej tematyce), co może być związane z aktualną sytuacją gospodarczą i powolnym wychodzeniem z kryzysu. Dlatego też przedsiębiorstwom dotkniętym kryzysem potrzebne są szczególnie szkolenia z zakresu wprowadzania zmian, skutecznego zarządzania i efektywnej komunikacji. W związku z wprowadzeniem ustawy antykryzysowej i zmian w kodeksie pracy pojawiły się kursy związane z tą tematyką, a polityka kadrowa nadal jest przedmiotem wielu szkoleń.

Podsumowanie

Na podstawie danych dotyczących liczby szkoleń i kursów można zauważyć nieznaczny spadek ofert szkoleniowych. Oznaczać to może, że kryzys gospodarczy wpłynął również na firmy z sektora szkoleniowego. Jednocześnie widać, że firmy szkoleniowe, wychodząc naprzeciw zaistniałej sytuacji, proponują specjalistyczne szkolenia antykryzysowe. W dalszym ciągu wśród szkoleń antykryzysowych znajdują się szkolenia, które do tej grupy zostały zakwalifikowane z uwagi na swoją uniwersalność jako marketingowa odpowiedź rynku szkoleniowego na kryzys gospodarczy. Pocieszający jest jednak fakt, że porównując dane z roku 2009 i 2010, można zauważyć, że w miejsce części kursów oferowanych w zeszłym roku i już nieaktualnych pojawiają się nowe i to w większej liczbie, a ich tematyka coraz bardziej dostosowana jest do potrzeb przedsiębiorców dotkniętych problemami w zaistniałej sytuacji gospodarczej.